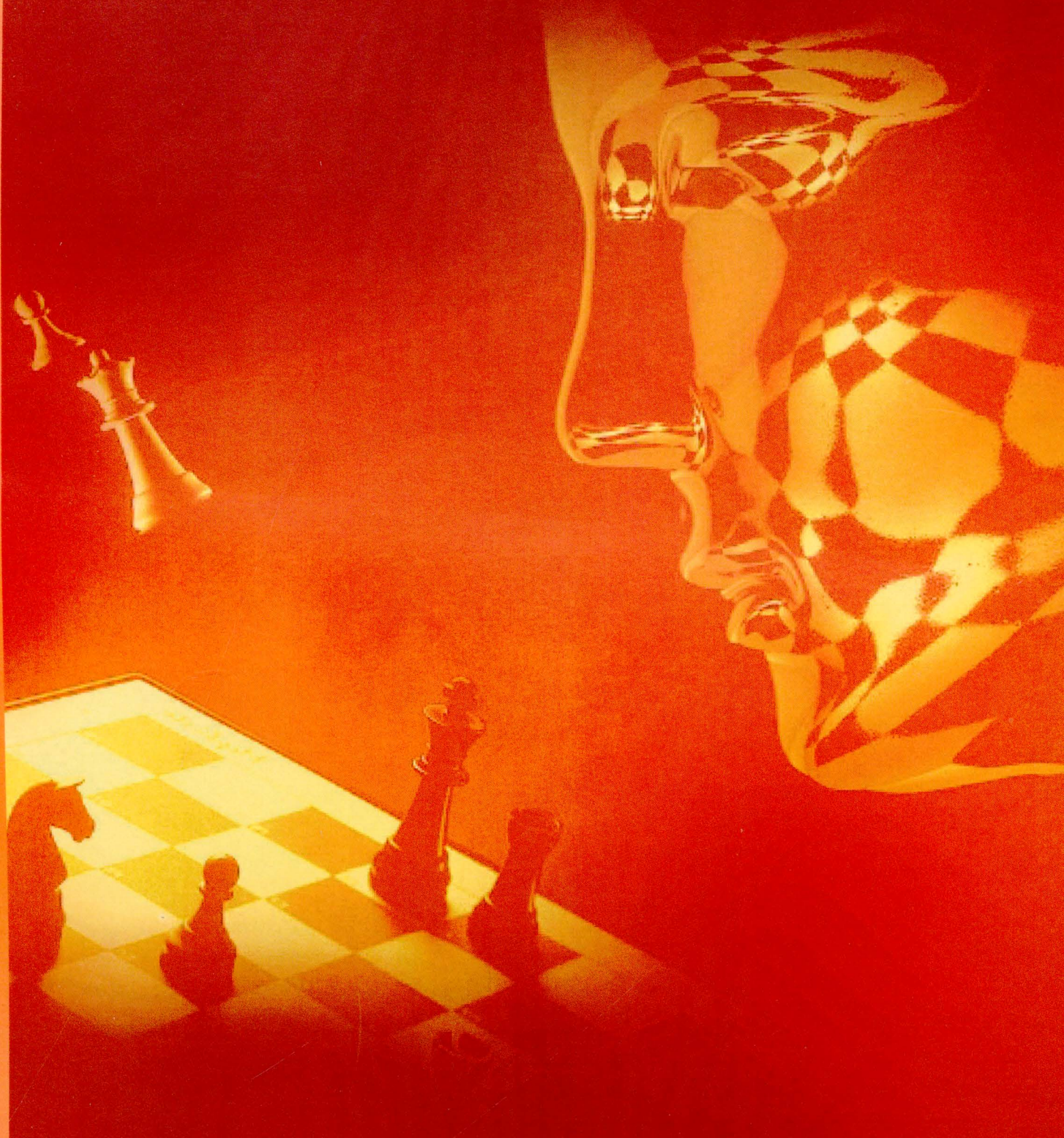


# Mergers & Acquisitions

Christopher Jahns



Arbeitsbuch aus der Reihe General Management

# Mergers & Acquisitions

Arbeitsbuch aus der Reihe  
General Management  
der Supply Management Group<sup>TM</sup>

Dr. Christopher Jahns

Gemeinschaftsproduktion der Verlage



Verlag Wissenschaft & Praxis

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© SMG™ Publishing AG, 2003

CH-9015 St. Gallen, Bionstrasse 4

Tel.: +41 (0)71 313 05 5-0, Fax: +41 (0)71 313 05 0-1

homepage: [www.smg-ag.com](http://www.smg-ag.com), e-mail: [contact@smg-ag.com](mailto:contact@smg-ag.com)

Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

 SMG™ Publishing AG  
ISBN 3-907874-08-0



Verlag Wissenschaft & Praxis  
ISBN 3-89673-308-7

Printed in Germany

---

## ■ Der Autor: Dr. Christopher Jahns.



- Vorsitzender des Verwaltungsrats der Supply Management Group™, St. Gallen.
- Lehrbeauftragter für Management an der Technischen Universität München.
- Executive Management-Trainer beim Zentrum für Unternehmensführung (ZfU), International Business School Zürich.
- Schwerpunkte: Supply Management, strategisches Management, Prozessmanagement, Organisationsentwicklung, Logistik-Management.
- Berufserfahrung: 5 Jahre Projektleiter internationaler Strategie-, Organisations- und Einkaufsprojekte; vorher Leiter der Abteilung für Unternehmensentwicklung in einem deutschen Konzern; Managementausbildung in USA, Japan und Italien.
- Universität: Dipl.-Kfm., Doktor der Wirtschaftswissenschaften Dr. oec., Summa cum Laude.
- Zahlreiche Publikationen auf den Gebieten strategisches Management, Supply Management und General Management.
- Auszeichnungen: Zwischen 1995 und 1999 diverse internationale Auszeichnungen für Veröffentlichungen auf dem Gebiet des strategischen Managements und des Controlling.

■ <b>Gliederung</b>	
<b>1 Erklärungsansätze für den M&amp;A-Boom</b>	<b>1</b>
1.1 Ausgangsthese	
1.2 Gründe des Booms	
<b>2 Zustand und Entwicklung des Marktes für Unternehmenskontrolle</b>	<b>5</b>
2.1 Investmentbanken: Die Player im Geschäft von Übernahmen und Fusionen	
2.2 M&A-Transaktionen weltweit und unter deutscher Beteiligung	
2.3 Ziel- und Käuferbranchen	
2.4 Branchenkonzentrationsgrade	
2.5 Erklärung eines zyklischen Phänomens	
2.6 Gesetzmässigkeiten von Konsolidierungswellen	
<b>3 Erklärungsansätze für das Scheitern von M&amp;A</b>	<b>20</b>
3.1 Überblick	
3.2 Gründe des Scheiterns von M&A Aktivitäten	

■ <b>Gliederung</b>	
<b>4 Erfolgreiche Übernahmestrategien</b> .....	<b>25</b>
4.1 Erfolgreiche M&A Transaktionen im Jahr 2001	
4.2 M&A als Internationalisierungsstrategie	
4.3 Bislang größte Übernahme für Nestlé	
4.4 Kauf der Aventis Crop Science durch Bayer	
<b>5 Die 3 Phasen des M&amp;A-Prozesses</b> .....	<b>31</b>
5.1 Überblick	
5.2 Pre-Merger-Phase	
5.3 Acquisitions-Phase	
5.4 Post-Merger-Phase	
5.5 Grundsätze für erfolgreiches Fusionsmanagement	
<b>6 Literaturverzeichnis</b> .....	<b>64</b>

## ■ 1 Erklärungsansätze für den M&A-Boom

---

1.1 Ausgangsthese

1.2 Gründe des Booms

- Ausgangsthese: Mergers and Acquisitions sind...

---

- ... „the dream... to found a private kingdom“<sup>1)</sup>  
oder
- ... eine sinnvolle „Strategie“ des Unternehmenswachstums?

---

<sup>1)</sup> Schumpeter, Alois: The Theory of Economic Development. Cambridge 1934, S. 93.



- Die folgenden Gründe erklären in Ansätzen den M&A-Boom.
- 
- Grösse wird im Zuge der Globalisierung vermehrt zu einem kritischen Erfolgsfaktor für eine Unternehmung.
  - Relative Grösse auf nationalen/kontinentalen Märkten reicht in weltweiten Dimensionen nicht mehr aus.
  - M&A ermöglichen schnelleres Wachstum und bessere Wettbewerbsposition.
  - Strategischer Fit kann Synergiepotentiale anheben.
  - Ausnutzung von Kostensenkungspotentialen / Effizienzsteigerung in Form von Economies of scale und Economies of scope.
  - Substantielle Beteiligung des Managements am Aktienkapital.
  - Management by fashion.
  - Handlungsdruck im Management durch Kapitalmarktentwicklung.
  - „Shareholder Value“-orientierte Managementmodelle.